

## ÉDITO



Par Emmanuel LE ROCH,  
Délégué Général de Procos

## Optimiste lucide face à l'incertitude

Dans la période actuelle chacun d'entre nous est confronté en permanence à l'incertitude et aux événements anxigènes.

Guerre en Ukraine, réchauffement climatique, manque d'eau, crise énergétique, sociale ... **les motifs d'inquiétude ne manquent pas**. Sur le plan économique, les entreprises se heurtent à des évolutions profondes de leurs modèles : inquiétude sur la consommation, hausse insupportable des coûts de l'énergie et des loyers, augmentation de tous les postes de coûts... et, surtout, une impression d'impuissance car la capacité d'action sur ces différents éléments est souvent assez limitée.

**La situation dans le commerce est exactement celle-là avec, en plus, la défaillance de nombreuses entreprises**, en particulier dans l'habillement et la chaussure, qui ne peut que préoccuper tout chef d'entreprise concerné par ces activités.

**Comment faire face à un tel moment ? Se décourager ou être optimiste face à l'incertitude !**

Baisser les bras n'est pas une option, même si, malheureusement c'est le choix fait par de nombreux commerçants qui, désespérés par la faible probabilité de trouver un repreneur finissent par mettre la clé sous la porte, abandonnant ainsi tout espoir de constituer le pécule attendu pour améliorer leur retraite. La hausse des prix de l'énergie a souvent été la goutte d'eau qui met un terme à l'espoir de pérennité d'exploitations qui, préalablement étaient viables.

**Pour le plus grand nombre, la seule option est d'apprendre à faire face à l'incertitude, d'une part, et être optimiste pour l'avenir, d'autre part.**

Comme l'a écrit le philosophe et **sociologue Edgard MORIN** « *Nous devons vivre avec l'incertitude... alors que notre civilisation nous a inculqué le besoin de certitudes toujours plus nombreuses, souvent illusoires, parfois frivoles... Mais, vivre c'est naviguer dans une mer d'incertitudes, avec quelques îlots de certitudes sur lesquels on se ravitaille* ».

Tout change autour de nous, nous-mêmes changeons et devons changer. Par nature, toutes ces modifications impactent les activités du commerce en lien direct avec tous les changements sociétaux (consommation, impacts sur la planète, aspirations des citoyens...). Donc, **nous ne pouvons pas nous attendre à un avenir permettant de tout prévoir, faire des plans stables à cinq ans et savoir comment organiser l'avenir avec certitude.**

**Une chose est certaine ; tout ne va pas aussi mal que laisse penser le traitement actuel de l'information.** Nous sommes assaillis d'informations angoissantes, qui font le buzz, mais qui nous détournent chaque jour de l'important, des axes essentiels de construction de nos avenir individuel et collectif.

**Dans le commerce, alors que le salon de la Franchise vient de se terminer, les raisons d'être optimistes sont toujours aussi nombreuses :**

- **Franchise Expo a démontré que nombreuses sont les enseignes qui se développent** avec des secteurs très dynamiques tels que la restauration, l'alimentaire et l'équipement de la maison. Le salon est le croisement de la volonté des enseignes d'étendre leur réseau de magasins et l'envie de beaucoup de devenir entrepreneurs, leurs propres patrons mais dans le cadre rassurant d'une enseigne, d'une franchise : l'individuel dans le cadre rassurant du collectif.

- **Même s'ils le sont un peu moins que par le passé, les consommateurs sont toujours très nombreux en magasins**, preuve que cette expérience magasin est fondamentale dans notre mode de vie et nos aspirations, que l'importance d'acquiescer quelque chose reste un acte fondamental pour donner du sens, se faire plaisir, s'affirmer au-delà même de la satisfaction d'un besoin primaire tel que se nourrir.
- **Même les confinements de la Covid n'ont pas suffi à imposer internet comme notre mode d'achat favori**, alors même qu'un boulevard lui a été offert avec la fermeture des magasins.
- **Malgré le cadre anxiogène actuel, les gens ne s'arrêteront pas de vivre. Ils continueront de s'alimenter et de se faire plaisir ...** sans doute en adoptant progressivement des attitudes et des modes de consommation plus respectueux de la planète mais sans revenir à une frugalité ou un mode de vie de repli sur soi ou de retour à une autoproduction du seul nécessaire.
- **Autre motif d'être optimiste, la prise de conscience de l'importance des activités attachées au territoire et à la ville.** Et, le commerce en est l'une des composantes les plus égalitaires tant son activité est présente sur une très grande partie du territoire et non concentrée uniquement sur quelques-uns.
- **Le commerce, la restauration sont des activités au service des autres, de leurs loisirs, de la satisfaction de leurs besoins et plaisirs, au cœur de la vie des gens.** Toute la question est donc de savoir si être au service des autres dans son travail et sa fonction est valorisant ? Quel est l'impact positif de ces métiers : le bonheur des autres ! N'est-ce pas agir positivement pour la société ? Aujourd'hui, tout est analysé dans l'autre sens. La contrainte (travailler quand les autres ne le font pas, avoir un métier qui n'accède pas au télétravail) écrase le bénéfique (répondre aux besoins, rendre service, trouver des solutions). Or, ces activités sont des activités de relation. Sans relation pas de vie sociale pas d'échange. La qualité de vie est faite d'échanges.
- **Dans ce cadre, internet n'est évidemment pas l'ennemi, même s'il pousse à la distance, à la diminution des relations interpersonnelles directes.** Mais son utilité est évidente, il permet un gain de temps important, l'accès à une offre large y compris pour les personnes qui habitent dans des lieux où la densité de commerces est faible.

Il nous permet aussi d'améliorer notre capacité à faire les choses et rend des services possibles. Toute **la question est celle de sa bonne utilisation et que sa présence excessive ne vienne ni détruire l'animation des lieux physiques ni la relation entre les individus.**

**Pour le commerce, la période actuelle est difficile du fait de toutes ces incertitudes. Mais, l'important est de donner justement du sens à la crise et à ces difficultés, un sens aux efforts nécessaires.** Car, il faut aujourd'hui courber le dos pour aller vers une période meilleure, avec l'allègement de certaines contraintes telles que des prix alimentaires et de l'énergie moins élevés. Le pic des difficultés est sans doute encore devant nous, il faudra de nombreux mois pour sortir de cette situation. Souhaitons-le pour 2024.

**Optimisme, agilité, persévérance, confiance doivent être nos maîtres mots au quotidien, à titre individuel mais aussi dans l'action collective,** parce que la seule chose qui donne du sens est de construire un futur meilleur. Il nous faut nous concentrer sur l'action à impact positif.

**Dans le commerce, il faut éviter la contagion, éviter que les difficultés se propagent. Il faut accompagner les plus fragiles** pour ne laisser aucune chance à la diffusion des difficultés, en particulier avec la fermeture de magasins dans les territoires. Il faut donner du sens aux efforts de chacun, de chaque commerçant, de chaque collaborateur du commerce, de chaque actionnaire, de chaque propriétaire de local commercial, de chaque collectivité, de l'Etat car il faut être optimiste pour que le commerce et ses acteurs gardent leur place fondamentale dans la vie quotidienne de demain et du lien social entre les individus. Chaque action menée en ce sens est un acte positif pour la société, notre futur et celui de nos enfants.

On ne vit pas sans projet et sans rêve. Il ne s'agit pas de s'engager dans un optimisme Béa mais dans une démarche lucide et fructueuse.

**Nous parlons beaucoup d'un changement du rapport au travail mais nous n'avons jamais passé aussi peu de temps à travailler, ou inversement, nous n'avons jamais disposé d'autant de temps pour le loisir et autres activités hors travail.** Donc bien entendu, il faut redonner du sens au travail mais il faut également en donner à ce que nous faisons en dehors. Or, les loisirs et la consommation en sont une composante majeure. C'est le cas aujourd'hui et ce le sera aussi demain.

**Pour les secteurs du commerce, les prochaines semaines vont être marquées par l'installation, enfin, du Conseil du Commerce (CNC) sous la présidence d'Olivier GREGOIRE et animé par Thierry MANDON. Une création qui doit être le point de départ de deux évolutions majeures :**

- **L'affirmation gouvernementale de mettre en place une véritable « Politique du Commerce »** et d'une volonté de reconnaître le secteur et ses acteurs comme majeurs pour la transformation et la construction de la société française de demain.
- **La mise en œuvre d'une dynamique collective intégrant toutes les formes de commerce** dans une volonté collective de mettre en œuvre des solutions (réglementation, fiscalité, aides, simplification) visant à faire rapidement des propositions concrètes pour moderniser, pérenniser le commerce et sa présence territoriale.

**Bien entendu le CNC n'aura d'intérêt et d'efficacité que s'il n'est pas une instance de discussion** seulement mais s'il est le point de départ de décisions fortes du gouvernement et des parlementaires d'accompagnement du secteur dans ses transformations au profit d'une société plus décarbonée et d'un nouveau bien être pour toutes et tous.

**Alors soyons des optimistes lucides individuellement et surtout collectivement pour construire un avenir de relations et d'actions à impact positif. ■**